



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN
DE TEJEDORES DE TAPICES HUAMANGUINOS EN
EL BARRIO DE SANTA ANA- AYACUCHO, 2016-2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Bach. DELIA CUBA MALLQUI

ASESOR:

Dr.: ADALBERTO PRÓSPERO FLORES AYALA

AYACUCHO - PERÚ

2017

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero de Murillo

Presidenta

Mgtr. Judith Berrocal Chillce

Secretaria

Mgtr. Wilber Quispe Medina

Miembro

DEDICATORIA

A mi madre, porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar; depositando su entera confianza en cada decisión tomada.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación de tipo correlacional, de nivel cuantitativo, de diseño transversal correlacional causal, se realizó con el propósito de describir la influencia de la calidad en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana – Ayacucho 2016-2017. Para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario aplicada a 14 propietarios y a 246 clientes, el análisis y procedimientos de realizaron con Ms. Excel, con el que se elaboraron tablas y gráficos simples y porcentuales, para obtener las siguientes conclusiones: la mayoría de los tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana opinan que la calidad de los productos que ofrezcan influye en la productividad de los mismos, el crecimiento y desarrollo de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos depende casi siempre de la cantidad de clientes que tenga, la mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos y la mayoría de los tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana opinan que mientras más cantidad de clientes tengan mayor utilidad obtendrán.

Palabras claves:” calidad”, “productividad”, “tapices huamanguinos”.

ABSTRACT

The present research of correlational type, of quantitative level, of correlational causal cross - sectional design, was carried out with the purpose of describing the influence of the quality on the productivity of the association of weavers of huamanguinos tapestries in the Santa Ana - Ayacucho 2016-2017. For data collection, the survey technique and the questionnaire instrument applied to 14 owners and 246 clients were applied, the analysis and procedures performed with Ms. Excel, with which simple and percentage tables and graphs were elaborated to obtain the following conclusions: the majority of huamanguino tapestry weavers in Barrio de Santa Ana believe that the quality of the products they offer influences their productivity, the growth and development of the huamanguino tapestry weavers association almost always depends on the amount of customers it has, the continuous improvement influences the production capacity of the association of huamanguinos tapestry weavers and most of the huamanguino tapestry weavers of Barrio de Santa Ana think that the more customers have more utility they will obtain.

Keywords: "quality", "productivity", "huamanguinos tapestries".

INDICE

DEDICATORIA	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. REVISIÓN DE LITERATURA	11
III. METODOLOGÍA	29
3.1. Diseño de la investigación	29
3.2. Población y muestra	30
3.3. Técnicas e instrumentos	31
3.4. Plan de análisis	31
3.5. Matriz de consistencia	31
3.6. Principios éticos	33
IV. RESULTADOS	33
4.1. Resultados	33
4.2. Análisis de resultados	48
V. CONCLUSIONES	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
ANEXOS	51

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 02	34
TABLA 03	35
TABLA 04	36
TABLA 05	37
TABLA 06	38
TABLA 07	39
TABLA 08	40
TABLA 09	41
TABLA 10	42
TABLA 11	43
TABLA 12	44
TABLA 13	45
TABLA 14	46
TABLA 15	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01	33
GRÁFICO 02	34
GRÁFICO 03	35
GRÁFICO 04	36
GRÁFICO 05	37
GRÁFICO 06	38
GRÁFICO 07	39
GRÁFICO 08	40
GRÁFICO 09	41
GRÁFICO 10	42
GRÁFICO 11	43
GRÁFICO 12	44
GRÁFICO 13	45
GRÁFICO 14	46
GRÁFICO 15	47

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas de artesanía de Ayacucho, en los últimos años son protagonistas de su transformación, crecimiento e incursión en mercados competitivos.; pero pocas empresas han desarrollado una adecuada evaluación de calidad que garanticen la mejor producción y comercialización de sus productos. Siendo necesario un sistema de evaluación orientado a la calidad para mejorar la productividad textil.

La asociación de tejedores de tapices huamanguinos tienen limitaciones en la implementación de una adecuada calidad cuyo efecto es la baja productividad; además el uso de tecnología es muy escaso pues la mayoría de ellos utilizan técnicas y herramientas domésticas.

El término “calidad” posee muchas definiciones pero debemos subrayar que el cliente es quien define la calidad del bien o servicio recibido de acuerdo al grado de satisfacción que este encuentre en el producto, por ello en esta investigación veremos algunos modelos que habitualmente se utilizan para estandarizar el proceso de la evaluación como el Deming, Malcolm Baldrige, EFQM, etc.

También veremos ¿Cómo la calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho 2016-2017?, cuyo objetivo es describir cómo la calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos, analizar cómo la satisfacción del cliente influye en el desarrollo y crecimiento de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos, describir en qué medida la mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos, analizar en qué medida la cantidad de clientes influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos y por último describir cómo la calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho “2016-2017”.

El presente trabajo de investigación se justifica porque permitirá a los gerentes aplicar una adecuada evaluación de la calidad para ser competitivos y tener éxito en los

mercados y de este modo contribuir al crecimiento y desarrollo de las empresas dedicadas a la elaboración de tapices huamanguinos mejorando los servicios a la ciudadanía. También se justifica porque beneficiará a empresarios actuales y potenciales proporcionándoles información sobre la aplicación de una adecuada evaluación de calidad para poder aumentar la productividad.

Este trabajo de investigación de tipo correlacional, de nivel cuantitativo, de diseño transversal correlacional causal, se usa la técnica de la encuesta mediante un cuestionario aplicada a 14 propietarios y a 246 clientes para cuyo muestreo se usó una fórmula muestral estadística, para lo cual el universo está constituido por un total de 638 Mypes artesanales en el distrito de Ayacucho y una población de 14 empresas artesanales dedicadas al tejido de tapices huamanguinos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

En la Tesis de pregrado “Propuesta de un Modelo de Gestión de Calidad en el Servicio para lograr la Competitividad en los Grifos de Tingo María” de Edwin Ruiz Gave Martínez en la Universidad Nacional Agraria de la Selva sustentada en el año 2014 con el que se graduó de licenciado en Administración concluye que la calidad es un aspecto importante que el empresario debe contemplar al iniciar o dirigir una empresa, especialmente la calidad debido a que son los clientes los que generan el movimiento económico de la empresa y son la razón de ser de la misma; además necesario capacitar a los gerentes, propietarios o encargados de estas empresas para brindar los conocimientos necesarios sobre los aspectos que integran la cultura empresarial y específicamente sobre la calidad en el servicio, como una herramienta para diferenciarse de las demás empresas. Para lograr la calidad, es primordial que las empresas tengan las bases de lo que es la empresa como una forma de organización, conozcan el servicio y el producto que se está brindando, que el personal de ventas esté capacitado para vender, comprenda y aplique los aspectos que involucra la calidad en el servicio.

Ambrosio Sulca Pérez, (1907) Como singular maestro tejedor, supo usar de manera distinta las lanas de color natural: las escogía y separaba por matices para confeccionar hermosos tapices. Motivados por el éxito y la aceptación que obtuvo su trabajo –a lo que contribuyó su creación de nuevos diseños–, los otros tejedores ayacuchanos no tardaron en comenzar a imitar su técnica y estilo.

En la Tesis doctoral “Tapices Flamencos en Toledo: Catedral y Museo de Santa Cruz” de Susana Cortez Hernández en la Universidad Complutense de Madrid sustentada en 1992 nos dice que el tapiz posee unas características propias que le distingue de otros tejidos, como el bordado o la alfombra. Se distingue porque los hilos de la trama pasan primero en un sentido y luego en otro, sobre los hilos de la urdimbre, que quedan cubiertos por el derecho y por el revés. Las figuras forman parte integrante del tejido, mientras que en el bordado se superponen a un fondo ya existente. La tapicería tuvo originalmente un papel utilitario. Algunos autores opinan que su primer destino fue cubrir el suelo, extendiéndose más tarde su uso a la ornamentación de los muros. En la Edad Media (siglos XII y XIII), su utilización fue muy generalizada. Durante las guerras los tapices servían para la confección de las tiendas de los campamentos, haciendo más confortable su interior. También formaron parte esencia del mobiliario de los castillos, palacios y mansiones ricas, especialmente en los países del Norte

2.2. Marco teórico

CALIDAD

Respecto a la calidad existen varias definiciones por ejemplo, Walter Andrew Shewhart entendía a la calidad como un problema de variación, el cual puede ser controlado y prevenido mediante la eliminación a tiempo de las causas que lo provocan. Los puntos esenciales de su filosofía a cerca de la calidad son los siguientes:

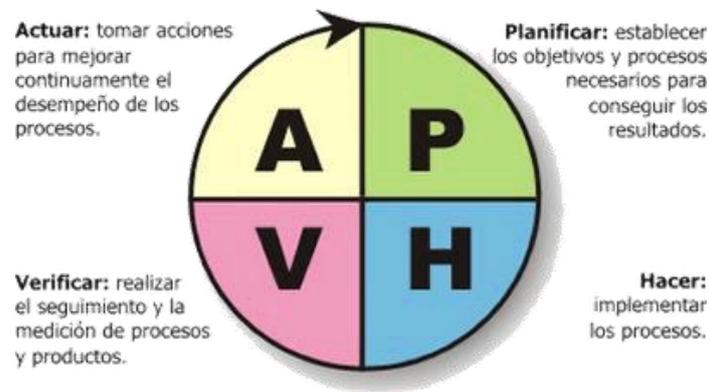
- ✓ Existen dos características de calidad: subjetiva (lo que el cliente quiere) y objetiva (propiedades del producto, independientemente de lo que el cliente quiere).
- ✓ Una importante dimensión de calidad es el valor recibido por el precio pagado.
- ✓ Los estándares de calidad deben ser expresados en términos físicos y características cuantitativamente medibles de los productos.
- ✓ La estadística debe ser usada para tomar información sobre el gran potencial que tienen muchos productos y servicios y traducirlas en características medibles de un producto específico que satisfaga al mercado.

Shewhart, introdujo el concepto de control estadístico de calidad en un histórico memorándum dirigido a sus superiores, en los Laboratorios Bell, el 16 de mayo de 1924. El control estadístico provee un método económico para controlar la calidad en los ambientes de producción en masa y permite el gran auge de las industrias norteamericanas durante la segunda guerra mundial. Otro de los logros más notables del Dr. Shewhart fue su famoso Ciclo de Mejoramiento PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar), el cual establece una metodología para resolver los problemas de calidad de una empresa y conduce al mejoramiento continuo.

El ciclo PHVA, se refiere a lo siguiente:

- ✓ P Planear: Planificar, definir objetivos y las acciones a desarrollar para alcanzarlos.
- ✓ H Hacer: Hacer según lo planificado.

- ✓ V Verificar: Evaluar o comprobar los resultados y compararlos con lo planificado.
- ✓ A Actuar: Ajustar o decidir lo que hay que mantener y lo que hay que corregir, es decir, sacar aprendizaje de nuestra experiencia. (Shewhart W. A., 1939)



Por su parte para Joseph Juran en su libro “la trilogía de la calidad” enfatizó la responsabilidad de la administración para mejorar el cumplimiento de las necesidades de los clientes y propone un esquema de administración funcional cruzada que se compone de tres procesos administrativos: (Juran, 1992)

- a) Planificación de la calidad, en esta actividad se desarrollan los productos y procesos necesarios para cumplir con las necesidades de los clientes. Esto involucra una serie de actividades universales que se resumen de la siguiente manera:
 - ✓ Determinar quiénes son los clientes.
 - ✓ Determinar las necesidades de los clientes.
 - ✓ Traducir las necesidades al lenguaje de la compañía.

- ✓ Desarrollar un producto que responda a esas necesidades.
- ✓ Desarrollar el proceso capaz de crear productos con las características requeridas.
- ✓ Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.

b) Control de la calidad, para controlar un proceso se debe establecer un vínculo de retroalimentación en todos los niveles y para todos los procesos; los principios de control son la esencia del control de calidad, antes y ahora, pues si se quiere que un proceso permita entregar al cliente lo que lo que éste necesita. Este proceso implica:

- ✓ Evaluar el desempeño actual del proceso.
- ✓ Comparar el desempeño actual con las metas de calidad (real frente a estándar).
- ✓ Actuar sobre la diferencia.

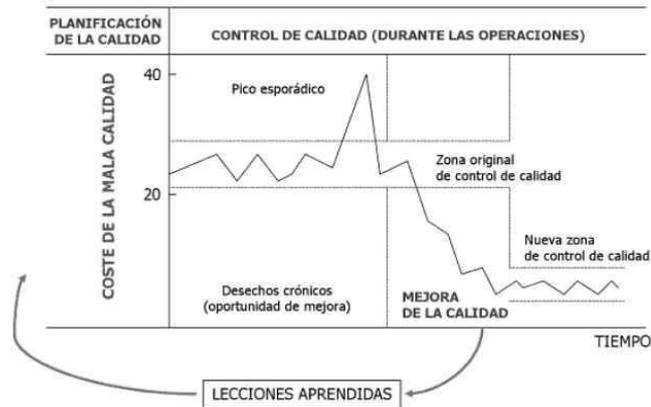
c) Mejoramiento de la calidad, mediante este proceso se mejora el desempeño del proceso a niveles de calidad sin precedentes. Este proceso consiste en:

- ✓ Establecer la infraestructura que se necesite para alcanzar la mejora anual de la calidad (espacios, equipos, entrenamiento, procedimientos, políticas).
- ✓ Identificar los aspectos específicos a ser mejorados (establecer los proyectos clave de mejora).

- ✓ Establecer un equipo de mejora para cada proyecto, con una responsabilidad clara para desarrollar un proyecto exitoso.
- ✓ Proporcionar los recursos, la formación y la motivación para el equipo.
- ✓ Diagnosticar las causas.
- ✓ Estimular el establecimiento de medidas remedio.
- ✓ Establecer controles para estandarizar y mantener las mejoras.

Además Joseph Juran propuso una estrategia de 10 pasos para implantar la mejora.

- 1) Despertar la conciencia sobre las oportunidades de mejorar.
- 2) Establecer metas de mejoramiento (necesidad de una métrica).
- 3) Organizarse para alcanzar esas metas.
- 4) Impartir capacitación.
- 5) Llevar a cabo proyectos de resolución de problemas.
- 6) Informar acerca de los progresos.
- 7) Dar el debido reconocimiento individual.
- 8) Comunicar los resultados.
- 9) Llevar un recuento del proceso.
- 10) Mantener el ímpetu haciendo que el mejoramiento anual sea parte integral de los sistemas y procesos habituales de la organización.



Por otro lado Edwards Deming dice que la calidad es “un grado predecible de uniformidad y habilidad a bajo costo, adecuado a las necesidades del mercado”; en su libro *Out of the Crisis* expone los llamados 14 principios para transformar la gestión en la organización. En conjunto, éstos se pueden ver como una teoría, una filosofía, que permite entender cómo funcionan las cosas y qué es lo que proporciona la calidad en una organización. Los principios son: (Deming, 1989)

1) Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio

Tal vez las dos razones más importantes para el éxito de un programa de mejora sean la constancia y la claridad que se tenga sobre el propósito que se persigue.

2) Adoptar la nueva filosofía

Dejar de ver como normal los defectos, los errores, las deficiencias, etc. y orientarse a la mejora continua de la calidad de productos y servicios para la satisfacción de los clientes.

3) Dejar de depender de la inspección de todos los productos como una forma de asegurar la calidad, ya que esto no la garantiza

Se debe tener bien claro que la inspección solo encuentra algunas fallas en el bien o servicio, mas no elimina las causas de estas fallas.

4) Acabar con la práctica de hacer negocio sólo con base en el precio

El precio inicial bajo no necesariamente garantiza negocio. (Deming, 1989)
Comprar con calidad es adquirir lo que se requiere para elaborar un buen producto, lo que llevará a operar con el costo total más bajo.

5) Mejorar constantemente el sistema de producción y servicio

Se debe mejorar el sistema de producción y servicio para disminuir los desperdicios, la lentitud de procesos y la mala atención a los clientes, y de este modo aumentar la productividad y con ello ser competitivo.

6) Implantar la formación (instituir la capacitación en el trabajo)

No se trata solo de dar capacitación al personal, sino crear un programa que desarrolle sus habilidades y conocimientos para mejorar su trabajo, esto debe ir conjuntamente con la reestructuración de la directiva.

7) Adoptar el nuevo estilo de liderazgo

Un nuevo estilo de dirección debe tener claro que la calidad se obtiene administrando la organización como un sistema y que la autoridad se gana por los resultados obtenidos.

8) Desechar el miedo

Para eliminar el miedo primero hay que eliminar las causas que la originan.

9) Eliminar las barreras organizacionales que impiden trabajar en equipo para lograr la mejora continua

Para eliminar estas barreras se debe trabajar en lo que es la comunicación para que así no haya malas interpretaciones ni problemas entre los colaboradores.

10) Eliminar lemas, exhortos y metas para la mano de obra

El problema de las metas y las exhortaciones es que no se proporcionan los métodos y los medios para lograrlas, por lo que se convierten en buenas intenciones que dejan toda la responsabilidad al trabajador. (Deming, 1989)

11) Eliminar las cuotas numéricas para la mano de obra

En vez de asignar cantidades a la mano de obra se debe diseñar un programa de mejora de calidad e implementar una nueva supervisión que permita eliminar los sistemas clásicos para incrementar la productividad.

Fundamentar las acciones de la dirección con base en planes y proyectos, y no sólo en metas numéricas

No se trata de no plantear objetivos y metas, por el contrario, se debe buscar y aplicar una estrategia real de cambio basada en los principios del doctor

Deming para alcanzarlos; los resultados numéricos serán una consecuencia del trabajo sistemático por mejorar.

12) Eliminar las barreras que privan a la gente de su derecho a estar orgullosa de su trabajo

Hay que eliminar estas barreras, ya que cuando una persona se sabe útil en su trabajo, se siente orgullosa. Por lo tanto, es importante recordar que todo individuo puede contribuir a mejorar la calidad, siempre y cuando se le den las herramientas y el estímulo para hacerlo.

13) Estimular la educación y la automejora de todo el mundo

No sólo es necesario que a los trabajadores se les proporcione capacitación sobre aquellos aspectos ligados de manera directa a su labor y a la calidad, sino que también se requiere estimular su educación y automejora sobre cuestiones más variadas que contribuyan a formar un individuo con más conocimientos. No hay que olvidar que la riqueza y prosperidad de una organización está directamente vinculada al conocimiento y las habilidades de su capital humano.

14) Generar un plan de acción para lograr la transformación

El conocimiento, la necesidad y la comparación son armas fuertes para lograr que se inicie un plan de acción. Actuar es el requisito indispensable para el cambio. La mejora de procesos no es trabajo de un mes ni de un año, es una tarea permanente. Al respecto, Deming enfatiza la necesidad de

aplicar la filosofía del ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar), también llamado ciclo de Deming, para poner en marcha un proceso de cambio.

Kaouro Ishikawa en su libro *¿Qué es el control total de calidad?* sintetiza sus ideas principales y experiencias sobre la calidad. Por ejemplo, señala que el Control Total de Calidad (CTC) es una nueva filosofía de administración que se debe convertir en uno de los principales objetivos de la compañía, y para ello se deben fijar metas a largo plazo y anteponer a la calidad en todas las decisiones, empezando por el área de compras. Al ser el CTC una nueva filosofía de administración, menciona que la alta administración debe liderar los esfuerzos de mejora y que esto debe ser complementado con el papel fundamental de las gerencias medias. Asimismo, hace especial énfasis en cómo el CTC sólo es posible cuando la gerencia se compromete con el proceso y todo el personal se responsabiliza del autocontrol. También planteó que las gerencias no deben conformarse con las mejoras en la calidad del producto sino insistir para que éstas siempre vayan “un paso adelante”. También destaca que el CTC es una responsabilidad de todas las personas y áreas de la empresa; es una labor de grupo que debe orientarse a eliminar las causas de la mala calidad, no los síntomas. Además, la calidad debe incorporarse en el diseño del producto. (K., 1986)

Genichi Taguchi define a la calidad en términos de la pérdida generada por el producto a la sociedad. Esta pérdida puede ser estimada desde el momento en que un producto es despachado hasta el final de su vida útil. (Taguchi, 2005)

Para Shigeo Shingo una de las principales barreras para optimizar la producción es la existencia de problemas de calidad. Su método SMED (Cambio Rápido de Instrumental) funciona de manera óptima, si se cuenta con un proceso de Cero Defectos, para lo cual propone la creación del Sistema Poka – Yoke (a prueba de errores) que va a orientar el mejoramiento y la prevención de errores en la calidad creando elementos que detecten los defectos de producción y lo informen de inmediato para establecer la causa del problema y evitar que vuelva a ocurrir. Este Sistema está constituido por:

- ✓ Un sistema de detección: cuyo tipo dependerá de la característica a controlar y en función del cual se suelen clasificar, y
- ✓ Un sistema de alarma: (visual y sonora comúnmente) que avisa al trabajador de producirse el error para que lo subsane. Asimismo mediante este procedimiento se detiene y corrige el proceso de forma automática para evitar que el error derive en un producto defectuoso.

Philip Crosby en sus libros *La calidad no cuesta*, publicado en 1979, y *Calidad sin lágrimas*, en 1984, difunde la importancia de la calidad y además señala que la clave está es hacerlo bien a la primera vez. Por lo tanto, se debe construir un sistema de calidad para la prevención, cuyo estándar de desempeño sea cero defectos.

Armand V. Feigenbaum en su libro *Quality Control: Principles, Practice, and Administration* publicado en 1951 resalta la idea de calidad es un modo de vida corporativa, un modo de administrar una organización; mientras que el control

total de calidad es un sistema efectivo que abarca toda la organización e involucra la puesta en práctica de actividades orientadas hacia el cliente.

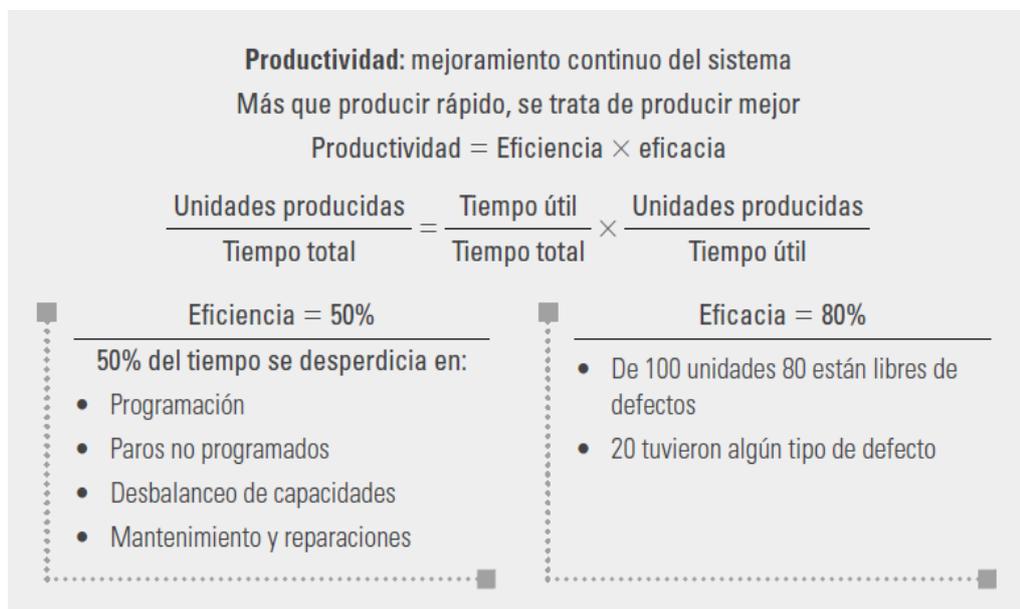
Costos para asegurar la calidad	Costos de no calidad
De prevención Evitar y prevenir errores, fallas y desviaciones <ul style="list-style-type: none"> • Planeación de calidad • Planeación de procesos • Control de procesos • Entrenamiento 	Por fallas internas Originados por fallas, defectos o incumplimiento de especificaciones <ul style="list-style-type: none"> • Desperdicio y reprocesos • Reinspecciones • Reparaciones
De evaluación Medir, verificar y evaluar la calidad <ul style="list-style-type: none"> • Inspección, pruebas y ensayos • Auditorías de calidad • Equipos de pruebas y ensayos 	Por fallas externas <ul style="list-style-type: none"> • Atención de quejas del cliente • Servicios de garantía • Devoluciones, costos de imagen y pérdidas de ventas • Castigos y penalizaciones • Juicios, demandas y seguros

Por su parte, American Society for Quality (ASQ) señala: “calidad es un término subjetivo para el que cada persona o sector tiene su propia definición. En un sentido técnico la calidad puede tener dos significados: 1) son las características de un producto o de un servicio que influyen en su capacidad de satisfacer necesidades implícitas o específicas; 2) Es un producto o un servicio libre de deficiencias”

Finalizamos las definiciones de la calidad hablando de la norma ISO-9000:2005 que define calidad como “el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”, entendiendo requisito como una necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

PRODUCTIVIDAD

La productividad tiene que ver con los resultados que se obtienen en un proceso o un sistema, por lo que incrementar la productividad es lograr mejores resultados considerando los recursos empleados para generarlos. En general, la productividad se mide por el cociente formado por los resultados logrados y los recursos empleados.



Según Manuel Vanegas es el mejoramiento efectivo de las capacidades de producción de una organización. (Vanegas, 2001)

Por otra parte Harold Koontz manifiesta que la productividad es la razón aritmética de producto a insumo, dentro de un periodo específico con la debida consideración de la calidad.

De acuerdo al criterio de David Bain la productividad es la relación de cierta producción y ciertos insumos. Es una medida de lo bien que se han combinado y utilizado los recursos para cumplir los resultados específicos deseables.

$$\text{Productividad} = \frac{\text{producción}}{\text{insumos}}$$

La productividad no es una medida de la producción ni de la cantidad que se ha fabricado, pues implica la interacción entre los distintos factores del lugar de trabajo. Estos factores determinantes incluyen:

- ✓ La calidad y disponibilidad de los materiales.
- ✓ La escala de las operaciones y el porcentaje de utilización de la capacidad.
- ✓ La disponibilidad y capacidad de producción de la maquinaria principal.
- ✓ La actitud y el nivel de capacidad de la mano de obra.
- ✓ La motivación y efectividad de los administradores.

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Producción total}}{\text{Insumo total}} = \frac{\text{Resultados totales logrados}}{\text{Recursos totales consumidos}} = \frac{\text{efectividad}}{\text{eficiencia}}$$

John G. Belcher define “productividad” en su libro titulado productividad total, como la relación entre lo que produce una organización y los recursos requeridos para tal producción”.

Por último según la organización internacional del trabajo (OIT) los productos son fabricados como resultados de la integración de cuatro elementos principales: tierra, capital, trabajo y organización. La relación de estos elementos es una medida de la productividad.

Un concepto más conocido es la tradicional relación entre insumos y resultados, sin embargo para algunos autores esto no es suficiente así tenemos a Martínez (2007) la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, denotando además la eficiencia con la cual los recursos -humanos, capital, conocimientos, energía, etc.- son usados para producir bienes y servicios en el mercado.

Factores que conforman la productividad:

Según Núñez (2007), el concepto de productividad ha evolucionado a través del tiempo y en la actualidad son diversas las definiciones que se ofrecen sobre la misma, así mismo de los factores que la conforman, sin embargo hay ciertos elementos que se identifican como constantes, estos son: la producción, el hombre y el dinero.

La producción, porque en definitiva a través de esta se procura interpretar la efectividad y eficiencia de un determinado proceso de trabajo en lograr

productos o servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad. El hombre, porque es quien pone aquellos objetos y medios de trabajo en relación directa para dar lugar al proceso de trabajo; y el dinero, ya que es un medio que permite justipreciar el esfuerzo realizado por el hombre y su organización en relación con la producción y sus productos o servicios y su impacto en el entorno.

Entre los factores a medir en productividad están: la eficiencia, la efectividad, la eficacia, y la relevancia. Uno de los métodos más novedosos que se conoce para la medición de la productividad, específicamente para medir eficiencia, es el modelo de frontera llamado Análisis Envolvente de Datos (DEA).

2.3. Marco conceptual

Eficiencia. Se refiere al uso racional de los medios para alcanzar un objetivo predeterminado, es decir cumplir un objetivo con el mínimo de recursos disponibles y tiempo.

Eficacia. Es la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera tras la realización de una acción.

Eficaz. Ser eficaz es conseguir metas y objetivos propuestos, independientemente del uso que se le haya dado a los recursos

Productividad. Es la capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, superficie de tierra cultivada, equipo industrial, etc.

Producción. Se hace referencia a la acción de generar (entendido como producir), al objeto producido.

Competitividad. Es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores

Desempeño. Es el cumplimiento efectivo de las actividades y funciones inherentes a un cargo o un trabajo.

Capacidad. Conjunto de recursos y aptitudes que tiene el individuo para desempeñar una determinada tarea.

Estrategia. Es un plan para dirigir un asunto compuesta de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles.

Gestión. Es la acción y el efecto de gestionar y administrar. De una forma más específica, una gestión es una diligencia, entendida como un trámite necesario para conseguir algo o resolver un asunto.

Mejora continua. Es mejorar la eficacia de su sistema aplicando la política de calidad, los objetivos de calidad, los resultados de las verificaciones de inspección, el análisis de los datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión de la dirección. "Mejora mañana lo que puedas mejorar hoy, pero mejora todos los días".

2.4. HIPÓTESIS

Hipótesis general

La calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho 2016-2017.

Hipótesis específicos

- La satisfacción del cliente influye en el crecimiento y desarrollo de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos.
- La mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos.
- La cantidades de clientes influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

Este trabajo de investigación utilizará el diseño no experimental – transversal - descriptivo.

- No experimental, porque no se manipulará deliberadamente la variable independiente, ya que se basa en variables que ya se dieron en la realidad sin la intervención directa del investigador.
- Es Transversal, porque la recolección de datos se realizará en una sola etapa.
- Correlacional - causal, porque se describirá la relación causa-efecto entre las variables.

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo correlacional porque intenta medir el grado de influencia que tiene la variable “calidad” sobre la variable “productividad”.

3.1.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es cuantitativo ya que se hará uso de la recolección de datos para probar las hipótesis planteadas en base a

pruebas estadísticas las cuales permitirán generalizar los resultados con mayor objetividad y precisión.

3.2. Población y muestra

Universo:

La población está constituida por todas las Mypes artesanales del distrito de Ayacucho que son un total 638.

Población:

La población está constituida por las empresas artesanales en tejidos del Barrio de Santa Ana que son un total 14.

Muestra:

La muestra está constituida por 14 empresas por tener una población menor a 120.

- En cuanto a la muestra que se aplicara a los clientes estará determinada mediante la aplicación de la formula estadística muestral siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

Donde:

Z=1.96

P= 0.8

$$Q=0.2$$

$$e=0.05$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.8 * 0.2}{0.05^2}$$

$$n = 246$$

3.3. Técnicas e instrumentos

3.3.1. Técnicas

Encuesta, por medio de este método se recogerá datos y también por ser la más usual se aplicará en la presente investigación; el cual se aplicará en la cantidad muestral obtenida.

3.3.2. Instrumentos

Cuestionario, el cual constará de indicaciones y preguntas en la relación a las variables que desea medir; esto será usado conjuntamente con la encuesta.

3.4. Plan de análisis

Para analizar los datos recolectados en la investigación se usará la estadística descriptiva y cuya tabulación se realizará el programa Microsoft Excel.

3.5. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN DE TEJEDORES DE TAPICES HUAMANGUINOS EN EL BARRIO DE SANTA ANA- AYACUCHO 2016-2017”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	VARIABLES E INDICADORES
<p>GENERAL</p> <p>¿Cómo la calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho “2016-2017”?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo la satisfacción del cliente influye en el crecimiento y desarrollo de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos? • ¿En qué medida la mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos? • ¿En qué medida la cantidad de ventas influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos? 	<p>GENERAL</p> <p>Describir la influencia de la calidad en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho “2016-2017.</p> <p>ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar que la satisfacción del cliente influye en el desarrollo y crecimiento de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. • Describir que la mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. • Analizar que la cantidad de clientes influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. 	<p>GENERAL:</p> <p>La calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho “2016-2017.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La satisfacción del cliente influye en el crecimiento y desarrollo de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. • La mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. • La cantidades de clientes influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos 	<p>TIPO DE INVESTIGACION</p> <p>El tipo de investigación es correlacional porque pretende medir el grado de influencia que tiene la variable “calidad” sobre la variable “productividad”.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACION</p> <p>El nivel de investigación es cuantitativo ya que se hará uso de la recolección de datos para probar las hipótesis planteadas en base a pruebas estadísticas.</p> <p>UNIVERSO Y MUESTRA</p> <p>Universo: La población está constituida por todas las Mypes artesanales del distrito de Ayacucho que son un total 638.</p> <p>Población: La población está constituida por las empresas artesanales en tejidos del Barrio de Santa Ana que son un total 14.</p> <p>Muestra: La muestra está constituida por 14 empresas por tener una población menor a 120. En cuanto a la muestra que se aplicara a los clientes estará determinada la formula estadística muestral la cual arroja una muestra de 246.</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTOS</p> <p>Encuesta Cuestionario</p>	<p>INDEPENDIENTE (X)</p> <p style="text-align: center;">Calidad</p> <p style="text-align: center;">INDICADORES</p> <p>X₁: Satisfacción del cliente X₂: Mejora continua X₃: Cantidad de clientes</p> <p>DEPENDIENTE (Y)</p> <p style="text-align: center;">Productividad</p> <p style="text-align: center;">INDICADORES</p> <p>Y₁: Crecimiento y desarrollo Y₂: Capacidad de producción Y₃: Utilidades</p>

3.6. Principios éticos

Los resultados de la investigación estarán al alcance de los tejedores de tapices y todas las entidades y organizaciones que estén involucradas en la artesanía. Los resultados obtenidos es el esfuerzo y compromiso individual y desde luego contribuir con este sector base de la economía de los pueblos marginados que tienen una importante actividad.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

CUESTIONARIO APLICADOS A LOS DUEÑOS, ADMINISTRADORES Y/O REPRESENTANTES LEGALES DE LA ASOCIACIÓN DE TEJEDORES DE TAPICES HUAMANGUINOS DEL BARRIO DE SANTA-AYACUCHO

TABLA 01

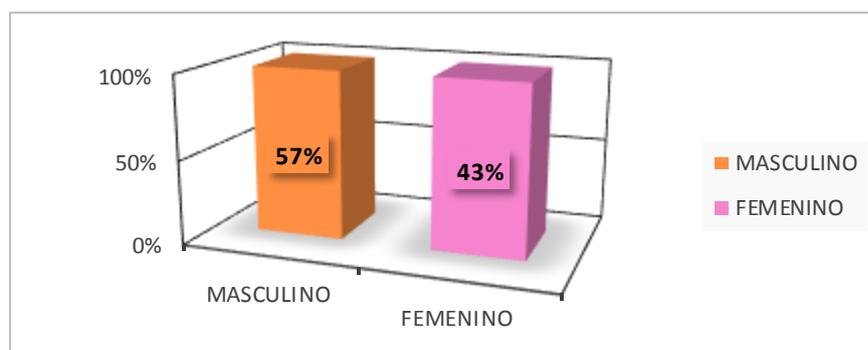
GÉNERO

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
MASCULINO	8	8	0.57	0.57
FEMENINO	6	14	0.43	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 01



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 57% (8) son varones y el 43% (6) son mujeres.

TABLA 02

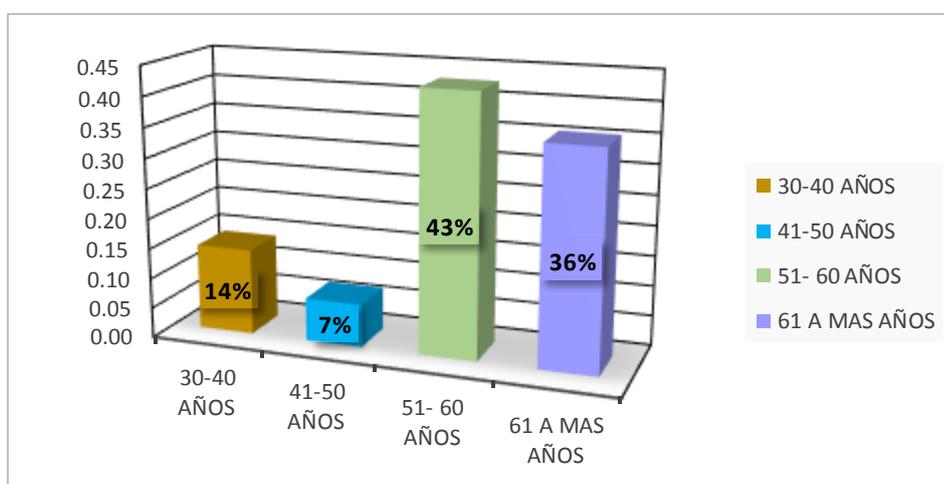
EDAD

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
30-40 AÑOS	2	2	0.14	0.14
41-50 AÑOS	1	3	0.07	0.21
51- 60 AÑOS	6	9	0.43	0.64
61 A MAS AÑOS	5	14	0.36	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 02



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 43% (6) tienen entre 51 a 60 años, 36% (5) tienen de 61 a más años, 14 % (2) tienen entre 30 a 40 años y el 7% (1) de 41 a 50 años.

TABLA 03

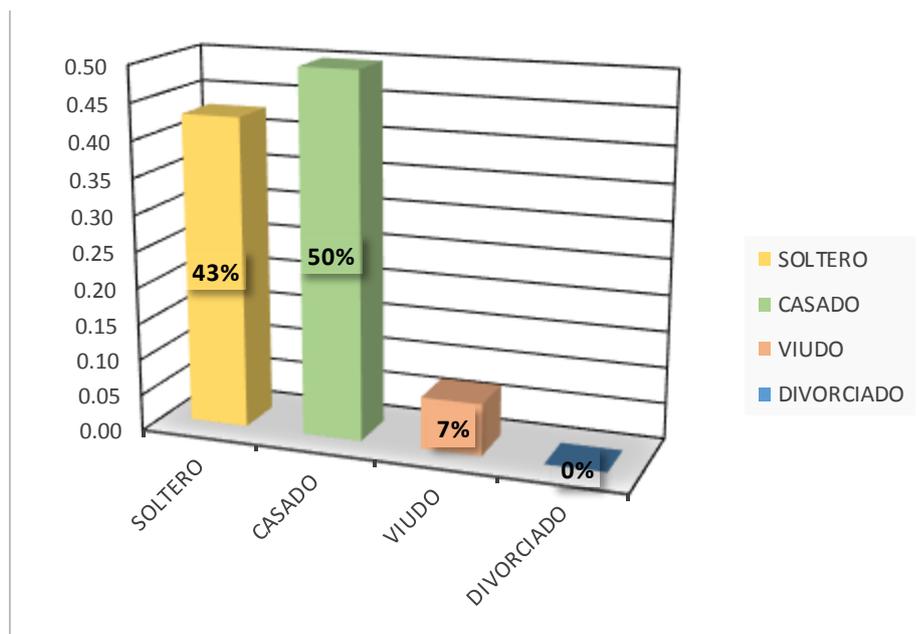
ESTADO CIVIL

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
SOLTERO (A)	6	6	0.43	0.43
CASADO (A)	7	13	0.50	0.93
VIUDO (A)	1	14	0.07	1.00
DIVORCIADO (A)	0	14	0.00	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 03



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 50% (7) son casados, 43% (6) son solteros, 7 % (2) tienen entre 30 a 40 años y el 7% (1) de 41 a 50 años.

TABLA 04

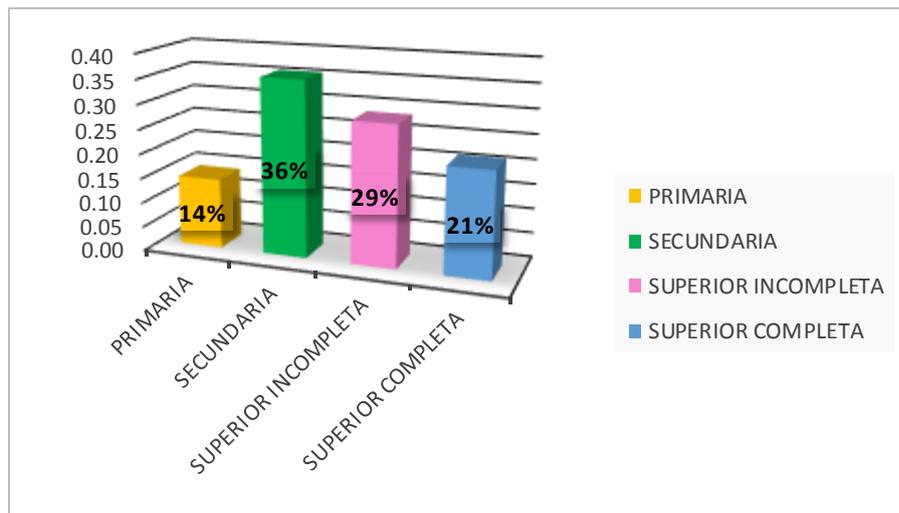
GRADO DE INSTRUCCIÓN

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
PRIMARIA	2	2	0.14	0.14
SECUNDARIA	5	7	0.36	0.50
SUPERIOR INCOMPLETA	4	11	0.29	0.79
SUPERIOR COMPLETA	3	14	0.21	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 04



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 36% (5) han realizado estudios de educación secundaria, el 29% (4) tienen estudio superior incompleta, el 21 % (3) tienen estudio superior completa y el 14% (2) tienen estudios de educación primaria.

TABLA 05

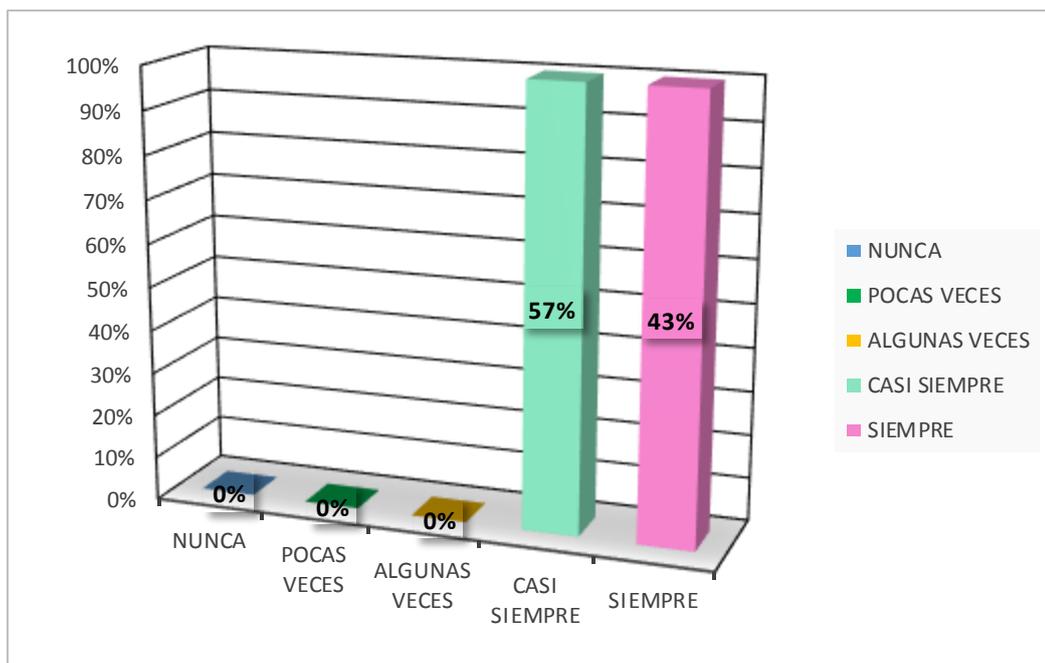
MEJORA CONTINUA DE SUS PRODUCTO

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
NUNCA	0	0	0.00	0.00
POCAS VECES	0	0	0.00	0.00
ALGUNAS VECES	0	0	0.00	0.00
CASI SIEMPRE	8	8	0.57	0.57
SIEMPRE	6	14	0.43	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 05



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 57% (8) casi siempre mejoran cada día su servicio al cliente, el 43% (6) siempre mejoran cada día el servicio al cliente.

TABLA 06

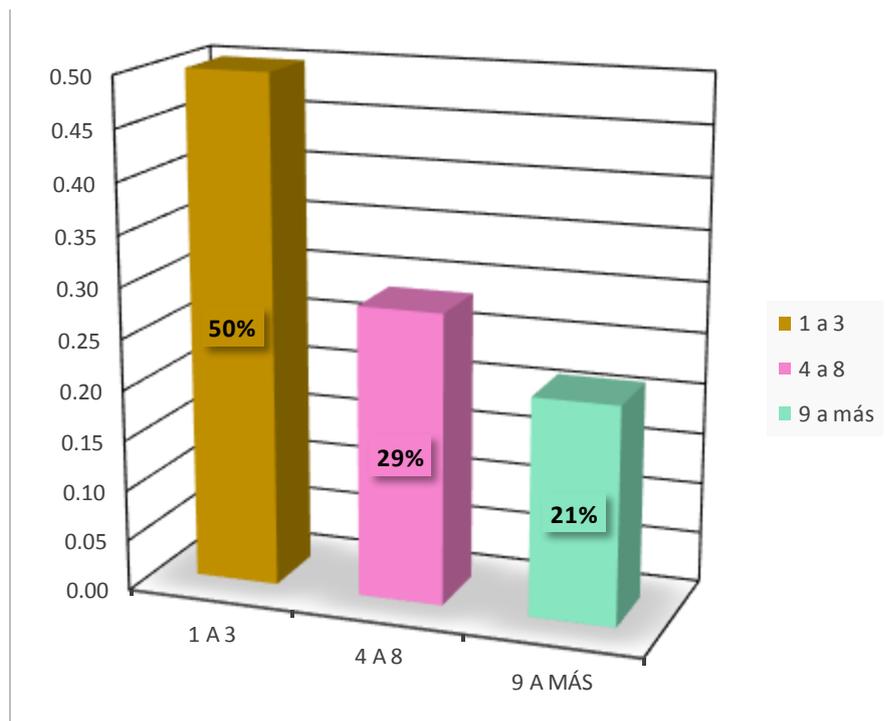
CANTIDAD DE CLIENTES A DIARIO

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
1 a 3	7	7	0.50	0.50
4 a 8	4	11	0.29	0.79
9 a más	3	14	0.21	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 06



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 50% (7) tiene entre 1 a 3 clientes por día, el 29% (4) tiene entre 4 a 8 clientes por día y el 21% (3) tienen de 9 a más clientes por día.

TABLA 07

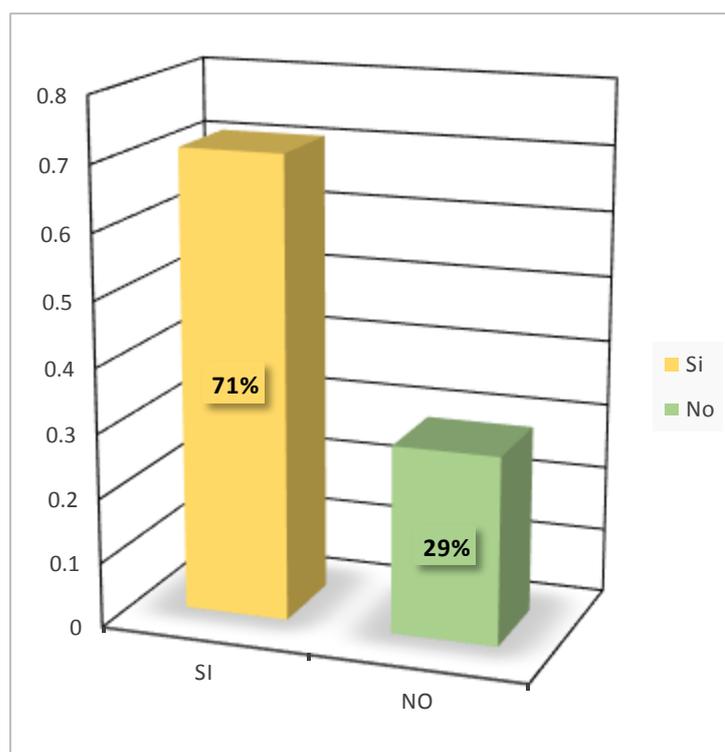
DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LA EMPRESA

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
Si	10	10	0.71	0.71
No	4	14	0.29	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 07



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 71% (10) opinan que sus empresas tienen sucursales y el 29% (4) opinan que aún no tienen sucursales.

TABLA 08

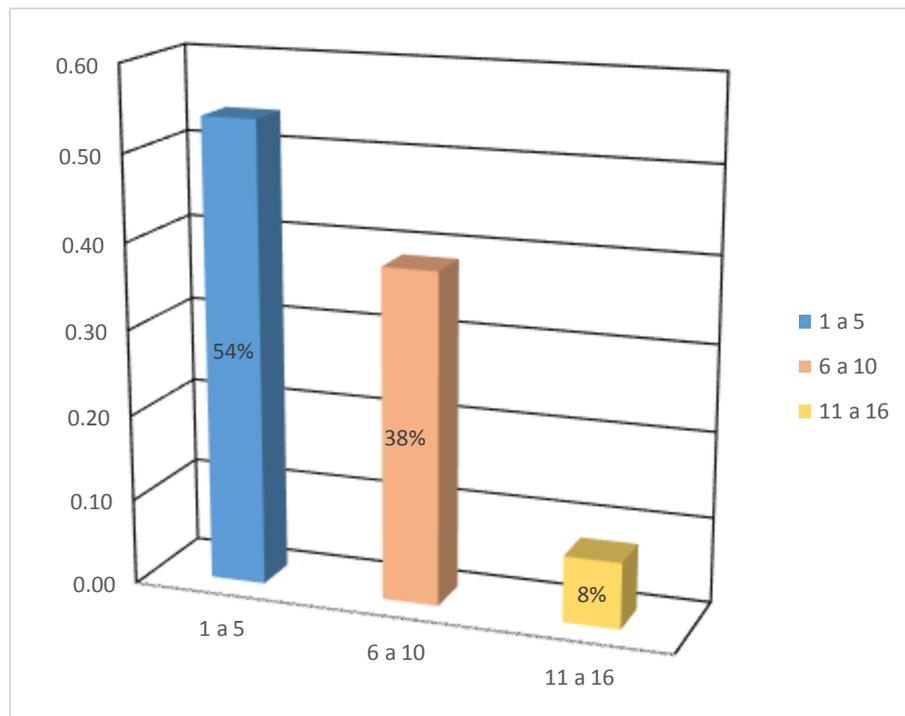
CANTIDAD DE TAPICES HUAMANGUINOS A DIARIO

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
1 a 5	7	7	0.54	0.54
6 a 10	5	12	0.38	0.92
11 a 16	1	13	0.08	1.00
TOTAL	13		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 08



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 54% (7) opinan que elaboran entre 1 a 5 tapices por día, el 38% (5) opinan que elaboran entre 6 a 10 tapices por día y el 8% (1) opinan que elaboran entre 11 a más tapices por día.

TABLA 09

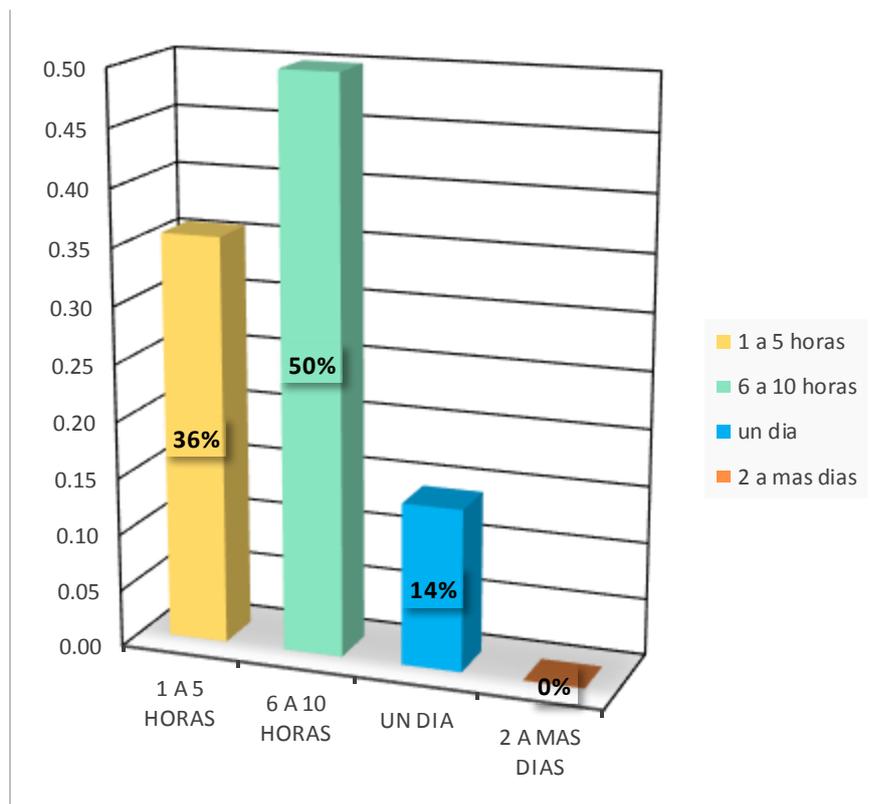
TIEMPO DE ELABORACIÓN DE UN TAPIZ HUAMANGUINO

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
1 a 5 horas	5	5	0.36	0.36
6 a 10 horas	7	12	0.50	0.86
un día	2	14	0.14	1.00
2 a más días	0	14	0.00	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 09



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 50% (7) opinan que tardan entre 6 a 10 horas para elaborar un tapiz, el 36% (5) opinan que tardan entre 1 a 5 horas para elaborar un tapiz y el 14% (2) opinan que tardan entre 1 día para elaborar un tapiz

TABLA 10

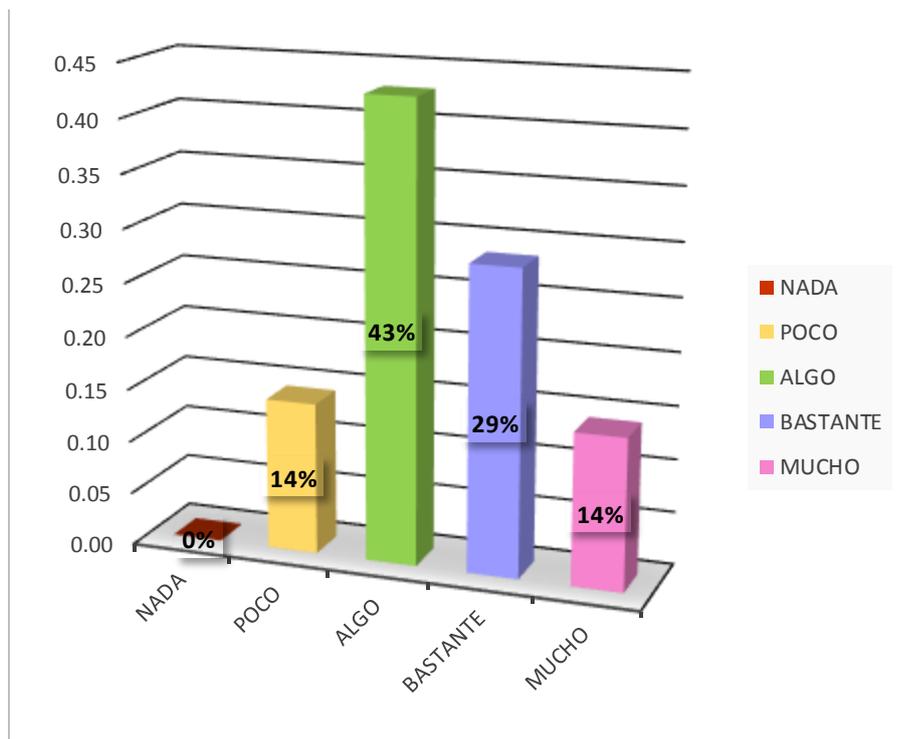
GANANCIA DE LA VENTA DE TAPICES HUAMANGUINOS

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
NADA	0	0	0.00	0.00
POCO	2	2	0.14	0.14
ALGO	6	8	0.43	0.57
BASTANTE	4	12	0.29	0.86
MUCHO	2	14	0.14	1.00
TOTAL	14		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 10



En la encuesta realizada a 14 dueños, administradores y/o representantes legales de asociación de tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 43% (6) opinan que la venta de tapices le genera algo de ganancia, el 29% (4) opinan que la venta de tapices le genera bastante ganancia y el 14% (2) opinan que la venta de tapices le genera poco y mucha ganancia.

CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE TAPICES HUAMANGUINOS DEL BARRIO DE SANTA-AYACUCHO

TABLA 11

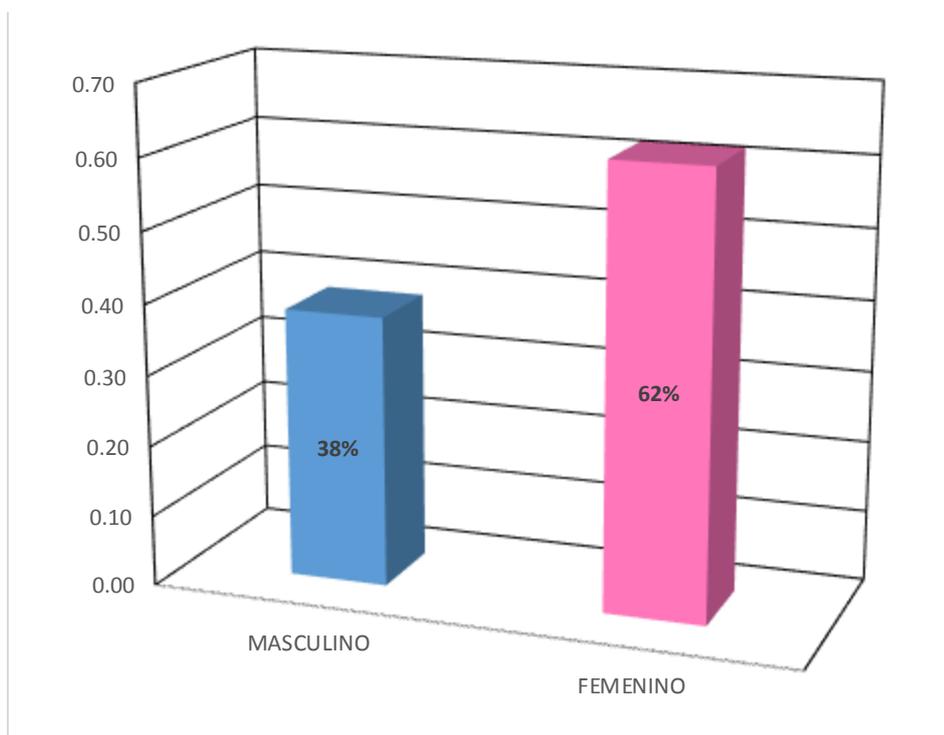
GÉNERO

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
MASCULINO	94	94	0.38	0.38
FEMENINO	152	246	0.62	1.00
TOTAL	246		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 11



En la encuesta realizada a 246 clientes de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 62% (152) son mujeres y el 38% (94) son varones.

TABLA 12

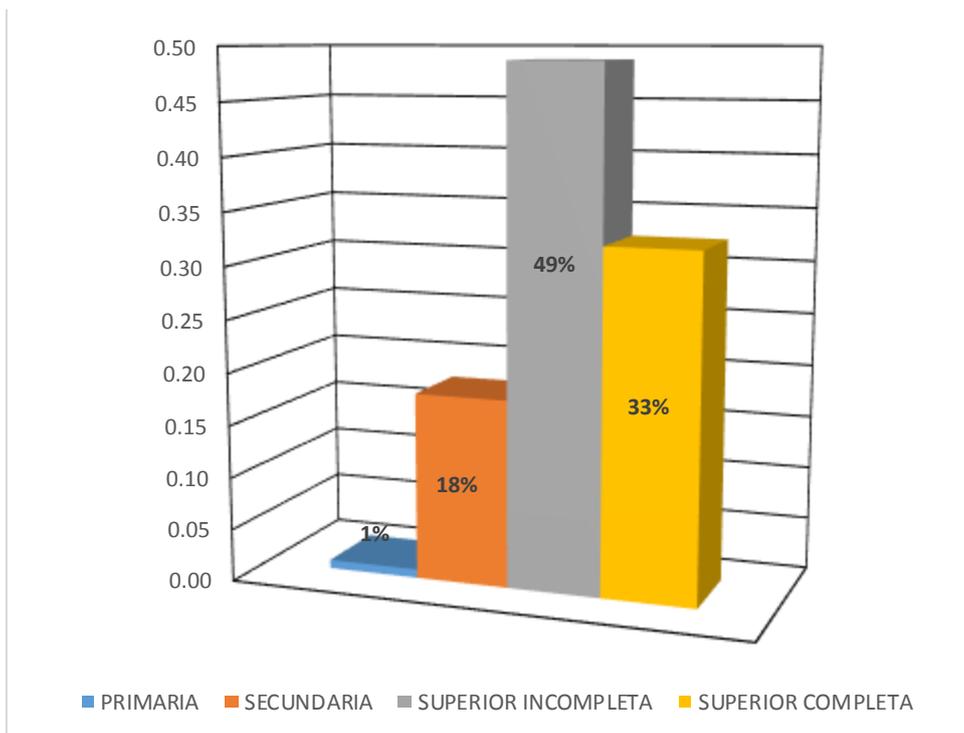
GRADO DE INSTRUCCIÓN

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
PRIMARIA	2	2	0.01	0.01
SECUNDARIA	44	46	0.18	0.19
SUPERIOR INCOMPLETA	120	166	0.49	0.67
SUPERIOR COMPLETA	80	246	0.33	1.00
TOTAL	246		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 12



En la encuesta realizada a 246 clientes de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 49% (120) tienen estudios superiores incompletos. El 33% (80) tienen estudios superiores completas, el 18%(44) tienen estudios de educación secundaria y el 1%(2) tienen estudios de educación primaria.

TABLA 13

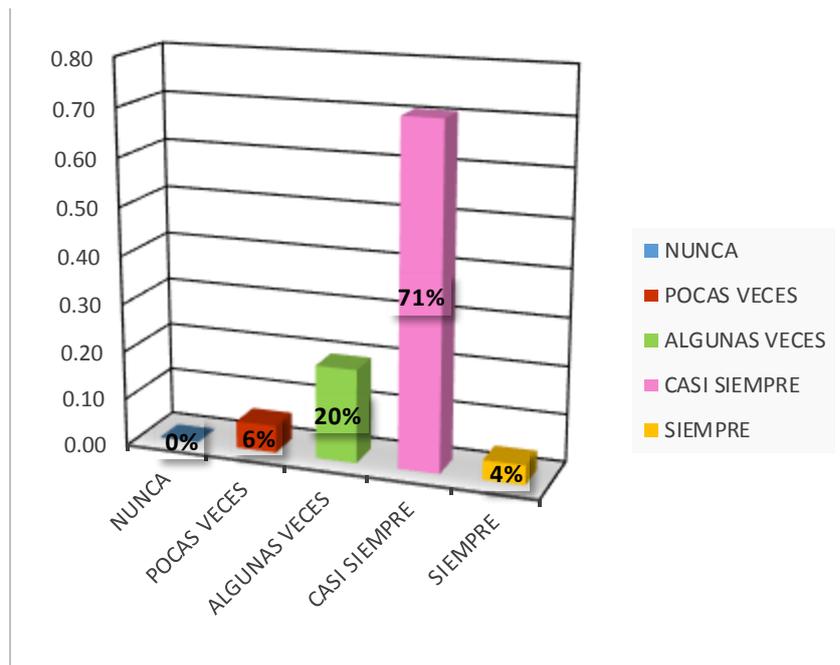
SATISFACCIÓN CON LA CALIDAD

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
NUNCA	0	0	0.00	0.00
POCAS VECES	14	14	0.06	0.06
ALGUNAS VECES	48	62	0.20	0.25
CASI SIEMPRE	174	236	0.71	0.96
SIEMPRE	10	246	0.04	1.00
TOTAL	246		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 13



En la encuesta realizada a 246 clientes de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 71% (174) casi siempre está satisfecho con el servicio que le brinda la empresa. El 19% algunas veces está satisfecho con el servicio que le brinda la empresa (48), el 6%(14) pocas veces está satisfecho con el servicio que le brinda la empresa y el 4%(10) siempre está satisfecho con el servicio que le brinda la empresa.

TABLA 14

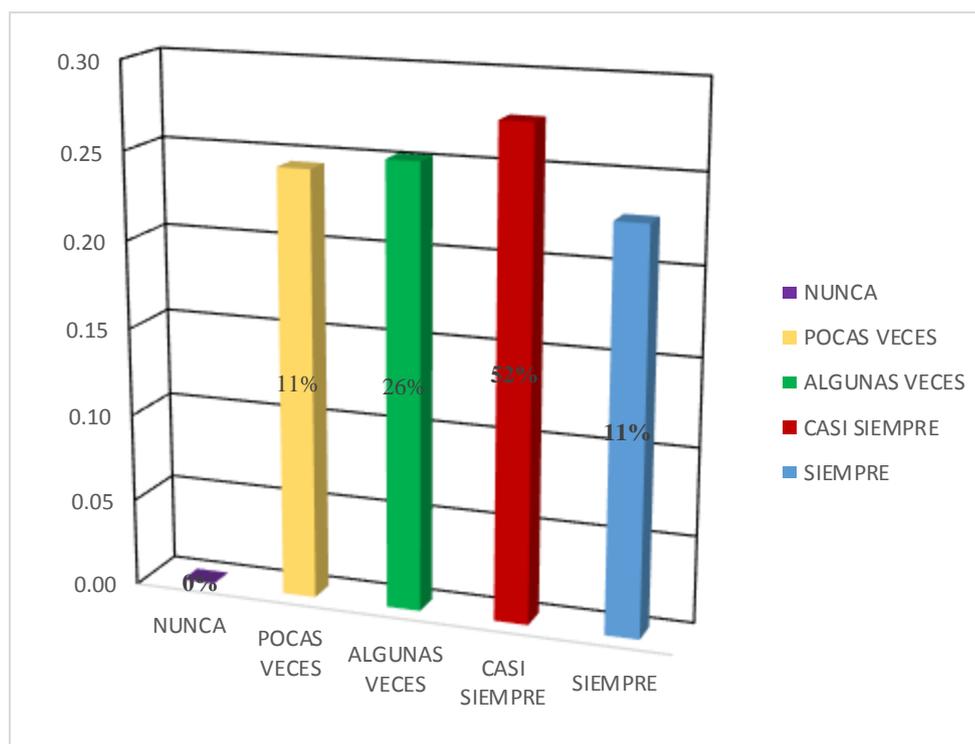
MEJORA DEL PRODUCTO

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
NUNCA	0	0	0.00	0.00
POCAS VECES	28	28	0.11	0.11
ALGUNAS VECES	64	92	0.26	0.37
CASI SIEMPRE	128	220	0.52	0.89
SIEMPRE	26	246	0.11	1.00
TOTAL	246		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 14



En la encuesta realizada a 246 clientes de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana-Ayacucho, el 52% (128) casi siempre ve una mejora cada vez que vuelve a la empresa, El 26% (64) algunas veces ve una mejora cada vez que vuelve a la empresa, el 11%(28) pocas veces ve una mejora cada vez que vuelve a la empresa y el otro 11% (26) siempre ve una mejora cada vez que vuelve a la empresa.

TABLA 15

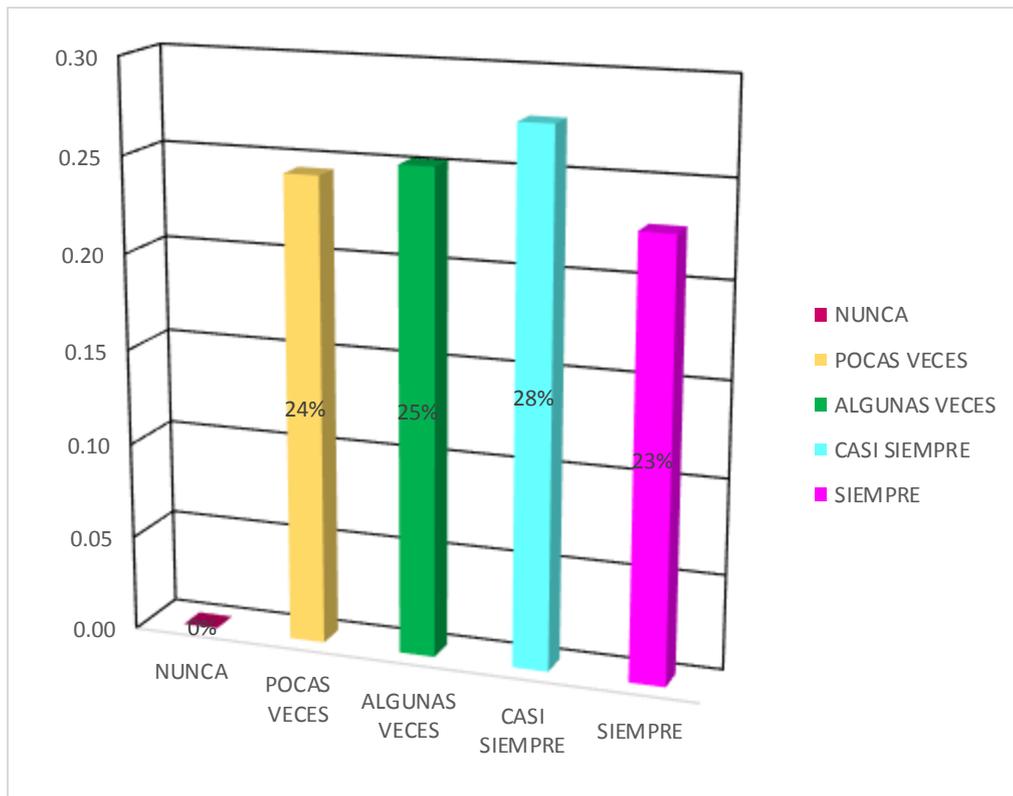
FRECUENCIA CON LA QUE VA COMPRAR

OPCIONES	FREC. ABSOL.	FREC. ACUM.	FREC. RELAT.	FREC. RE. ACUM.
NUNCA	0	0	0.00	0.00
POCAS VECES	60	60	0.24	0.24
ALGUNAS VECES	62	122	0.25	0.50
CASI SIEMPRE	68	190	0.28	0.77
SIEMPRE	56	246	0.23	1.00
TOTAL	246		1.00	

Fuente: Encuesta y cuestionario

Elaboración Propia.

GRÁFICO 15



En la encuesta realizada a 246 clientes de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana - Ayacucho, el 28% (168) casi siempre va a comprar al mismo establecimiento, El 25% (64) algunas veces va a comprar al mismo establecimiento, el 24%(27) pocas veces va a comprar al mismo establecimiento y el 23% (27) siempre va a comprar al mismo establecimiento.

4.2. Análisis de resultados

De los resultados obtenidos llegamos a conclusión que la satisfacción del cliente influye en el crecimiento y desarrollo de los tejedores de tapices, es decir, de acuerdo a los resultados nos indican que existe una relación positiva, a mayor satisfacción del cliente es más el crecimiento y desarrollo de los tejedores de tapices Huamanguinos. Asimismo, concluimos que la satisfacción del cliente influye de manera positiva en el crecimiento y desarrollo de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos.

De los resultados obtenidos, nos muestra que la mejora continua influye significativamente en la capacidad de producción de los tejedores de tapices, es decir el mejoramiento dinamiza la capacidad de producción de los tejedores de tapices, tanto para el mercado provincial y regional; la explicación es que ante una mejora existe la posibilidad del incremento de la producción de los tejedores. Por lo tanto, el mejoramiento continuo constituye un factor que contribuye a la probabilidad de incrementar la producción de los tejedores de los tapices huamanguinos.

De acuerdo a los resultados obtenidos, nos indica que la cantidad de clientes influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices, pero se debe tener en cuenta que no necesariamente la cantidad de clientes incrementa las utilidades de los tejedores de tapices pues esto dependerá de la cantidad de productos que compre el cliente.

Sea la calidad y su influencia en la productividad de los tejedores pues en los resultados obtenidos, nos muestra que la evaluación de calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio Santa Ana, Ayacucho 2016-2017, es decir, a mayor evaluación hay mayor

productividad; pero entre ambas variables pues para realizar una evaluación de la calidad se requiere un gasto el cual va a reducir la productividad.

V. CONCLUSIONES

- Un incremento en el gasto en la evaluación de la calidad reduce la productividad de la asociación de los tejedores de tapices huamanguinos del Barrio de Santa Ana.
- La satisfacción del cliente influye en el crecimiento y desarrollo de los tejedores de tapices, es decir, existe una relación positiva, a mayor satisfacción del cliente es más el crecimiento y desarrollo de los tejedores de tapices Huamanguinos.
- la mejora continua influye significativamente en la capacidad de producción de los tejedores de tapices, es decir el mejoramiento ha dinamizado la capacidad de producción de los tejedores de tapices, tanto para el mercado provincial y regional; pues el mejoramiento continuo constituye un factor que contribuye a la probabilidad de incrementar la producción de los tejedores de los tapices huamanguinos.
- la cantidad de clientes y su influencia en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices, es positivo; pero no es estadísticamente importante ya que un incremento de los clientes no quiere decir un incremento en las ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bertrand L. Hansen, . M. (1989). *Control de Calidad*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Combeller, C. R. (1993). *El nuevo escenario: la cultura de calidad y productividad en las empresas*. México: Iteso.
- Crosby, P. (1995). *Quality Without Tears: The Art of Hassle-Free Management*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Crosby, P. B. (1999). *Quality and me*. Francia: Jossey-Bass.
- David, B. (1985). *Productividad: La solución a los problemas de la empresa*. México: Mc Graw Hill.
- David, S. (1990). *Ingeniería y administración de la productividad*. México: Mc Graw Hill.
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Josep, P. (ROKOPENKO Josep). *La gestión de la productividad*. Ginebra: Limusa.
- Juran, J. (1992). *Juran on Quality by Design: The New Steps for Planning Quality into Goods and*. Nueva York.
- K., I. (1986). *Qué es el control total de calidad?..* Bogotá: Norma.
- Lacoba, F. M.-A.-S. (2007). *Introducción a la Gestión de calidad*. España: Delta.
- Lucio, R. H.-C.-P. (2010). *Metodología de la INvestigación (quinta edición)*. México: Mc Graw Hill.
- Pulido, H. G. (2010). *Calidad total y productividad (tercera edición)*. México: Mc Graw Hill.
- Shewhart, W. A. (1938). *Application of Statistical Methods to Manufacturing Problems*. Nueva Jersey: Bell Telephone Laboratories.
- Susana. (1992). <http://biblioteca.ucm.es>. Obtenido de <http://biblioteca.ucm.es: http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/H/0/H0008501.pdf>
- Taguchi, G. (2005). *Taguchi's Quality Engineering Handbook*. Tokio.
- Vanegas, M. (2001). *Productividad Total*. México: ROKOPENKO Josep.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD EN LA ASOCIACIÓN DE TEJEDORES DE TAPICES HUAMANGUINOS EN EL BARRIO DE SANTA ANA- AYACUCHO 2016-2017”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	VARIABLES E INDICADORES
<p>GENERAL</p> <p>¿Cómo la calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho 2016-2017?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo la satisfacción del cliente influye en el crecimiento y desarrollo de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos? • ¿En qué medida la mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos? • ¿En qué medida la cantidad de ventas influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos? 	<p>GENERAL</p> <p>Describir cómo la calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho 2016-2017.</p> <p>ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar cómo la satisfacción del cliente influye en el desarrollo y crecimiento de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. • Describir en qué medida la mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. • Analizar en qué medida la cantidad de clientes influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. 	<p>GENERAL:</p> <p>La calidad influye en la productividad de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el Barrio de Santa Ana- Ayacucho 2016-2017.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La satisfacción del cliente influye en el crecimiento y desarrollo de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. • La mejora continua influye en la capacidad de producción de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos. • La cantidades de clientes influye en las utilidades de la asociación de tejedores de tapices huamanguinos 	<p>TIPO DE INVESTIGACION</p> <p>El nivel de investigación es correlacional porque pretende medir el grado de influencia que tiene la variable “calidad” sobre la variable “productividad”.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACION</p> <p>El nivel de investigación es cuantitativo ya que se hará uso de la recolección de datos para probar las hipótesis planteadas en base a pruebas estadísticas.</p> <p>UNIVERSO Y MUESTRA</p> <p>Universo: La población está constituida por todas las Mypes artesanales del distrito de Ayacucho que son un total 638.</p> <p>Población: La población está constituida por las empresas artesanales en tejidos del Barrio de Santa Ana que son un total 14.</p> <p>Muestra: La muestra está constituida por 14 empresas por tener una población menor a 120.</p> <p>En cuanto a la muestra que se aplicara a los clientes estará determinada la formula estadística muestral la cual arroja una muestra de 246.</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTOS</p> <p>Encuesta Cuestionario</p>	<p>INDEPENDIENTE (X)</p> <p>calidad de servicios</p> <p>INDICADORES</p> <p>X₁: Satisfacción del cliente X₂: Mejora continua X₃: Cantidad de clientes</p> <p>DEPENDIENTE (Y)</p> <p>Productividad</p> <p>INDICADORES</p> <p>Y₁: Crecimiento y desarrollo Y₂: Capacidad de producción Y₃: Utilidades</p>

CUESTIONARIO APLICADO A LOS DUEÑOS, ADMINISTRADORES Y/O REPRESENTANTES DE LA ASOCIACIÓN DE TEJEDORES DE TAPICES HUAMANGUINOS EN EL BARRIO DE SANTA ANA- AYACUCHO

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las Mypes del sector artesanal- rubros tejedores de tapices huamanguinos periodo 2016-2017; la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

“Evaluación de la calidad y productividad en la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el barrio de santa Ana- Ayacucho, 2016-2017”

La información que Ud. Proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por anticipado su colaboración.

ENCUESTADOR(A): Delia CUBA MALLQUI

I. DATOS DEL ENCUESTADO

1. GÉNERO
 - a) Masculino
 - b) Femenino

2. EDAD DEL ENCUESTADO
 - a) 30 -40
 - b) 41-50
 - c) 51-60
 - d) 61 a más

3. ESTADO CIVIL
 - a) Soltero (a)
 - b) Casado (a)
 - c) Viudo (a)
 - d) Divorciado (a)

4. GRADO DE INSTRUCCIÓN
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Superior incompleta
 - d) Superior completa

II. DE LA CALIDAD

5. ¿Cada día mejora su producto para los clientes?
 - a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Algunas veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre

6. ¿Cuántos clientes recibe al día?
 - a) 1-3
 - b) 4-8
 - c) 9 a más

III. DE LA PRODUCTIVIDAD

7. ¿su empresa muestra desarrollo y crecimiento, es decir tiene otros establecimientos en otros lugares?
 - a) Sí
 - b) No

8. ¿Cuántos tapices huamanguinos elaboran al día?
 - a) 1-5
 - b) 6-10
 - c) 11-16

9. ¿Cuánto tiempo se demora en elaborar un tapiz huamanguino?
 - a) 1-5 horas
 - b) 6-10 horas
 - c) 1 día
 - d) 2 días a más

10. ¿le genera ganancias la venta de tapices huamanguinos?
 - a) Nada
 - b) Poco
 - c) Algo
 - d) Bastante
 - e) Mucho

CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LA ASOCIACIÓN DE TEJEDORES DE TAPICES HUAMANGUINOS EN EL BARRIO DE SANTA ANA-AYACUCHO

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las Mypes del sector artesanal- rubro tejedores de tapices huamanguinos periodo 2016-2017; la misma que servirá para desarrollar el trabajo de investigación denominado:

“Evaluación de la calidad y productividad en la asociación de tejedores de tapices huamanguinos en el barrio de santa Ana- Ayacucho, 2016-2017”

La información que Ud. Proporcione será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por anticipado su colaboración.

ENCUESTADOR: Delia CUBA MALLQUI

I. DATOS DEL ENCUESTADO

1. GÉNERO
 - a) Masculino
 - b) Femenino

2. GRADO DE INSTRUCCIÓN
 - e) Primaria
 - f) Secundaria
 - g) Superior incompleta
 - h) Superior completa

II. DE LA CALIDAD

3. ¿Se encuentra satisfecho con la calidad del producto?
 - a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Algunas veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre

4. ¿Ud. Ve una mejora en el producto que le dan cada vez que viene?
 - a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Algunas veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre

5. ¿Cada que tiempo viene a comprar a este establecimiento?
 - a) Nunca
 - b) Pocas veces
 - c) Algunas veces
 - d) Casi siempre
 - e) Siempre